

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Untuk Membangun *Personal Branding* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh”. Berdasarkan banyaknya platform media sosial yang ada saat ini, instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, bahkan menjangkau ke seluruh penjuru dunia salah satunya Indonesia. Instagram adalah sebuah *platform* jejaring sosial yang menawarkan layanan berbagi foto atau video secara *online* dan penggunaanya dapat mengekspresikan diri melalui postingan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) kreator digital Universitas Malikussaleh yang melakukan *personal branding* pada media sosial instagram dengan menggunakan teori dramaturgi oleh Erving Goffman yang terdiri dari panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, yang dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu menyatakan bahwa mahasiswa Universitas Malikussaleh yang menjadi kreator digital berhasil membangun *personal branding* pada media sosial instagram melalui studi dramaturgi, yang terdapat perbedaan panggung depan dan panggung belakang *personal branding* yang ditampilkan di media sosial instagram dengan realita kehidupan yang sebenarnya.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Dramaturgi, Instagram

ABSTRACT

This research is entitled “Using the Instagram Social Media as a Media to Build Personal Branding Among Malikussaleh University Students”. Based on the many social media platforms that exist today, Instagram is one of the most widely used social media, even reaching all corners of the world, one of which is Indonesia. Instagram is a social networking platform that offers online photo or video sharing services and users can express themselves through posts. The purpose of this study is to analyze and describe how the front stage and back stage of Malikussaleh University digital creators who carry out personal branding on Instagram social media using dramaturgy theory by Erving Goffman which consists of front stage and back stage. This research uses qualitative research methods. With data collection techniques using purposive sampling techniques, namely observation, interviews and documentation, which are analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study state that Malikussaleh University students who become digital creators succeed in building personal branding on Instagram social media through dramaturgy studies, which there are differences in the front stage and back stage of personal branding displayed on Instagram social media with the actual reality of life.

Keywords: *Personal Branding, Dramaturgy, Instagram*